

УДК 338.4

І.І. Стойко, канд. техн. наук, доц.

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна

НЕСТАНДАРТНІ ЗАКОНИ РОБЕРТА ЛУТЦА (8 ЗАКОНІВ КРАЙСЛЕР ДЛЯ УПРАВЛІННЯ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИМ БІЗНЕСОМ)

I. Stoyko, Ph.D., Assoc. Prof.

NON-STANDARD LAWS OF ROBERT LUTZ (8 CHRISLER LAWS FOR HOTEL AND RESTAURANT BUSINESS MANAGEMENT)

Роберт Ентоні Лутц (англ. Robert Anthony Lutz) – американський автопромисловий менеджер; бувший віце-президент General Motors і топ-менеджер Ford, Chrysler і BMW – геній з розробки нової продукції і архітектор другого ренесансу корпорації Chrysler у своїй книзі «8 законів Крайслер», спростовує традиційні уявлення про менеджмент, обґрунтовує унікальне нестандартне керівництво з ведення бізнесу та відповідає на ці та багато інших питань. Він відомий як один з найбільш яскравих і успішних бізнесменів-керівників свого покоління. Управлінські методи і прийоми Роберта Лутца універсальні і можуть бути з користю застосовані в будь-якій галузі.

Роберт Лутц запропонував вісім дискусійних управлінських афоризмів, які жартівливо називає «Непорушними законами бізнесу від Лутца», що ставлять з ніг на голову традиційні уявлення про те, як потрібно керувати компанією. У книзі розповідається, як і чому будь-яка організація повинна культивувати «роздвоєння особистості»: тобто поєднувати в собі і традиційний «здоровий глузд», і вільну творчість. Лутц пояснює, яким чином керівник повинен підтримувати баланс між цими двома тенденціями. Він вважає, що динамічна напруга між ними якраз і дозволяє успішним компаніям створювати нову продукцію і отримувати рекордні прибутки. Це поєднання протилежностей, щонайменше, незвично для корпоративного світу.

Вісім законів Крайслера:

1. Покупець не завжди правий. Дослідження показали що один продукт чи послуга можуть не кожному подобатися, але на них є великий попит. При зовнішньому оцінюванні існують бали від 1 до 10. Продукт, який одержав у 500 оцінювачів середній бал 7.5 привабливіший, ніж той, що одержав 5 балів. Та насправді це невірно. Важливо розібратися, що стоїть за цифрами. Можливо, що 50% споживачів оцінили продукт у 9 і 10 балів, а друга (50%) половина – 0 і 1 бал. Одна половина шаленіє від такого продукту, а інша негативно відноситься до нього. Тому за балами оцінювати якість виробів невірно.

2. Основна мета бізнесу – не «робити» гроші! «Так, це нелегко» – скажуть бізнесмени. І матимуть рацію. Бізнес повинен приносити прибуток. Компанії, які одержують високі прибутки, майже ніколи не переслідують мету «одержати високі прибутки». Такими компаніями керують ентузіасти, які, прагнучи задовольнити власні потреби і допитливість, розробляють товари і послуги настільки дивовижні, чарівні і чудові, що споживачі трохи не відривають кишеню зі своїми грошима. Бізнес працює тоді, коли випускають відмінну продукцію. А відмінну продукцію вигадують ентузіасти, якщо розв'язати їм руки. Щоб успішно робити гроші, необхідно випускати продукцію, яка б привертала до себе покупців настільки сильно, щоб вони поспішали купувати цей товар.

3. Якщо всі так роблять (чинять) – не робіть цього! У менеджменті значення «моди» досить вагоме. Необхідно проявляти здоровий підхід і твердо мислити! Не піддаватися черговій моді. Чим більше ми будемо намагатися розширити привабливість продукту або товару і задовольнити будь-яку примху будь-якого споживача, тим менша

вірогідність того, що купівельна спроможність на продукт на ринку буде знаходитися на високому рівні і приносити прибуток.

4. Занадто висока якість товару може призвести до краху. Якість – це вимога споживачів або замовників. Іноді вимоги до якості продукту співпадають з вимогами споживачів. А іноді виробники, намагаються нав'язати споживачеві високий рівень якості продукцію, яку він не просив і не хотів. Він не хоче платити додаткову ціну за такий товар. Надмірне бажання підвищити якість іноді ставить під загрозу репутацію продукції. Справжня, високоякісна продукція не обов'язково корисна і практична. В теперішньому світі вся продукція повинна відповідати стандартам, саме це викликає захоплення споживача, втілює справжню якість. Тому важко знайти високоякісні товари у вільному продажу. Таких товарів завжди недостатньо для всіх.

5. Фінансовий контроль – це недобре (погано). Фінансову роботу потрібно реформувати. Фінанси завжди жорстко контролювалися. Та жорсткий фінансовий контроль шкодить з двох причин: – він може поставити під загрозу здатність компанії використовувати великі можливості; – увіковічує статус-кво. Фінансовий контроль створює помилкове відчуття впорядкованості та передбачуваності. У важкій економічній ситуації суворий і жорсткий фінансовий контроль – поганий помічник. Усім подобається спокійна і м'яка корпоративна культура: без цинізму, без гострих суперечок, без зірок і героїв, без жодних ідей, які гальмують роботу.

6. «Незручні» люди – це цінний ресурс. Люди, які гарячкують в суперечці, продовжують боронити свою точку зору на нарадах, при цьому залишаються в меншості, сумніваються в правильності вибраного напрямку, м'яко кажучи, не викликають симпатій. Таких не люблять вище керівництво. Таких недолюблюють колеги, і навіть власні робітники. Ці люди не поважають авторитети, вони цинічні, критикують керівництво, вони нетерплячі, дратівливі, злі, як кажуть, «не в собі». Але ці люди – ініціатори змін (якщо говорити ввічливо). А тих, хто затіває зміни, не люблять. Адже вони змінюють звичний стан речей, а це нелегке і непривабливе заняття.

7. Робота в команді – не завжди благо. Робота в компанії може бути благом, команда може творити дива. У сучасному світі щонайгострішої конкуренції, коли десятки компаній можуть опинитися на місці невдахи, навіть маленька слабінка і неготовність зайняти тверду позицію в конфлікті можуть стати катастрофічними. Командна робота без сильного керівництва призводить до розкрадання ресурсів, помилкових рішень, неякісних товарів і послуг. Дайте команді лідера, який переконає всіх, що потрібно ухвалювати важкі рішення, який розуміє, що демократія – це демократія, а справа – це справа, і більшість проблем будуть розв'язані командою.

8. Небагато страху не так вже і погано. В ідеальній ситуації, якщо хочете стати на чолі компанії, дійте за принципом: «Так давайте подивимося, хто добре працює, а хто не дуже». Люди, що не відповідають стандартам, мають звільнитися негайно. Не потрібно витрачати дуже багато часу на роздуми про те, як відреагують співробітники, що залишилися на своїх місцях і що займаються перетворенням. Ті, що залишилися, завжди першими схвалюють «підчистки», оскільки вони самі страждали від попереднього керівництва. Просто робіть те, що повинні робити.

Література

1. «Роберт Лутц: 8 законів Крайслер: Закони бізнесу, які зробили Chrysler однією з найуспішніших у світі автомобільних корпорацій. Електронний ресурс. <https://libcat.ru/knigi/dokumentalnye-knigi/biografii-i-memuary/200850-86-robert-lutc-8-zakonov-krajsler-zakony-biznesa-kotorye-sdelali-chrysler-odnoj-iz-samyh-us.html#text>.